

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menghadapi era globalisasi abad 21 ini, setiap perusahaan dituntut untuk siap menghadapi persaingan yang akan menjadi semakin ketat dengan perusahaan-perusahaan lain dari seluruh dunia. Makin intensifnya persaingan yang dihadapi, telah menyebabkan banyak bisnis asuransi mencari cara menguntungkan guna membedakan dari yang lain. Satu factor yang sangat mendukung keberhasilan bisnis sektor jasa, karena layanan yang berkualitas akan membentuk citra positif sebuah perusahaan.

Asuransi Jasaraharja Putera merupakan salah satu Asuransi di Indonesia yang mempunyai misi salah satunya adalah menyediakan produk tepat guna dengan pelayanan prima yaitu dengan cara selalu berupaya untuk menyediakan produk yang tepat dan memberikan pelayanan pelanggan yang memberikan nilai lebih dari sekedar kepuasan pelanggan. Sehingga kualitas pelayanan dan inovasi produk merupakan andalan Asuransi Jasa Raharja Putera dalam memenangkan hati pelanggan ditengah kompetensi berbagai produk asuransi saat ini.

Mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen adalah salah satu dari tugas paling mendasar tetapi menantang yang dihadapi oleh perusahaan. Dengan komunikasi yang efektif maka Asuransi mampu membina hubungan pelanggan yang lebih dikenal dengan *Customer Relationship Management* (CRM)

merupakan salah satu kegiatan yang penting dilakukan oleh asuransi karena menyangkut masa depan jalannya sebuah perusahaan.

Dalam rangka menciptakan loyalitas pelanggan dengan memberikan mutu pelayanan kepada nasabahnya adalah menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM). Karena dalam industri jasa asuransi, penerapan CRM dalam menjalin komunikasi dengan pelanggan dipandang sangat efektif memberikan pelayanan kepada nasabahnya. CRM akan mempermudah perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan perilaku mempertahankan dan pengembangan pelanggan.

Kendala yang umumnya dialami oleh nasabah adalah informasi yang diterima nasabah kurang jelas dan kurang dimengerti nasabah. Seperti yang dialami oleh nasabah asuransi pada umumnya kesulitan dalam melakukan klaim asuransi, ketika si nasabah ingin melakukan klaim polis asuransi biasanya ditolak oleh perusahaan asuransi tersebut dikarenakan beberapa faktor yaitu, polis sudah tidak aktif, resiko yang terjadi tidak masuk kriteria, polis dalam masa waktu tunggu, pengajuan klaim melewati batas, risiko penyakit yang disembunyikan ketika pengajuan polis, syarat syarat klaim tidak terpenuhi.

Berdasarkan kendala diatas, permasalahan ini dapat membuat nasabah kecewa dan menurunnya tingkat loyalitas nasabah. Agar tidak terjadi hal yang dapat mengecewakan nasabah dan turunnya loyalitas nasabah maka pihak asuransi harus fokus terhadap pelayanan pelanggan.

Peningkatan pelayanan kepada nasabah adalah hal yang sangat penting dalam usaha meningkatkan kepuasan para nasabah, karena di dalam bidang jasa asuransi nasabah sebagai konsumen merupakan aset penting dimana nasabah memberikan andil yang cukup besar dalam perkembangan reputasi perusahaan.

Ketika kepuasan yang diberikan oleh sebuah perusahaan seperti rasa senang, rasa nyaman dan aman untuk nasabah atas perlakuan dari informasi yang diberikan mengenai hal yang berkaitan dengan produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan, ataupun terhadap segala macam bentuk cara penyelesaian masalah yang dihadapi oleh nasabah dapat diselesaikan dengan baik, disaat itulah loyalitas nasabah meningkat.

Melalui peningkatan kualitas layanan tersebut diharapkan nasabah akan menjadi puas dan loyal sehingga pada gilirannya kinerja perusahaan juga akan semakin meningkat. Oleh karena itu, aktivitas CRM sangat penting untuk meningkatkan loyalitas nasabah di asuransi Jasaraharja Putera cabang Padang.

Penerapan CRM memiliki peran dan manfaat yang sangat penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk memahami dan membahas **“Manajemen Hubungan Pelanggan pada Asuransi Jasaraharja Putera Cabang Padang”**.

1.2 Perumusan Masalah

Kepuasan pelanggan dalam perusahaan sangat menentukan kelangsungan hidup dari perusahaan itu sendiri. Maka perusahaan harus mengetahui setiap keinginan dan kebutuhan pelanggan. Menurut penelitian biaya yang dikeluarkan

oleh perusahaan untuk mendapatkan pelanggan baru sepuluh kali lebih besar dari mempertahankan pelanggan.

Berdasarkan situasi yang terjadi dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pelaksanaan manajemen hubungan pelanggan pada Asuransi Jasaraharja Putera Cabang Padang
2. Apakah kendala dan solusi dalam pelaksanaan manajemen hubungan pelanggan pada Asuransi Jasaraharja Putera Cabang Padang

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun dari tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penerapan program manajemen hubungan pelanggan pada Asuransi Jasaraharja Putera Cabang Padang.
2. Mengetahui kendala dan solusi dalam pelaksanaan manajemen hubungan pelanggan pada Asuransi Jasaraharja Putera Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat dari penelitian adalah:

1. Bagi perusahaan

Memberikan masukan pada Asuransi Jasaraharja Cabang Padang untuk dijadikan pertimbangan dalam menerapkan manajemen hubungan pelanggan

2. Bagi penulis

Dapat menambah wawasan dalam pengembangan pengetahuan akademis bidang pemasaran khususnya manajemen hubungan pelanggan (CRM)

3. Bagi pembaca

Dapat memberikan informasi kepada pembaca tentang manajemen hubungan pelanggan pada Asuransi Jasaraharja Cabang Padang.

1.5 Tempat dan Waktu Magang

Penulis melakukan kegiatan magang di Asuransi Jasaraharja Cabang Padang. Kegiatan magang dilaksanakan dari bulan Juli s/d Agustus 2015 selama 40 hari kerja.

1.6 Sistematika Penulisan

Bab I :Pendahuluan

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

Bab II :Landasan Teori

Pada bab ini akan diuraikan secara teoriti tentang pengertian jasa,Pengertian CRM, Konsep pada CRM.

Bab III :Gambaran Umum Perusahaan

Mencakup sejarah perusahaan, visi dan misi, tujuan perusahaan, perkembangan perusahaan, dan struktur organisasi.

Bab IV :Analisis Kegiatan Magang

Membahas tentang penerapan CRM pada Asuransi
Jasaraharja Putera Cabang Padang

Bab V :Penutup

Berisikan tentang kesimpulan dan saran-saran.

